

**FASE FINAL – DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA  
METODOLOGÍA CANVAS**

**PRESENTADO POR**

**LUCIA ALEJANDRA SALDAÑA C.C 1111194206**

**JULIO CESAR AVILA C.C 93437562**

**PRESENTADO A**

**HUGOBERTO SANCHEZ**

**GRUPO - 27**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)**

**FACULTAD**

**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS, CONTABLES Y DE NEGOCIOS**

**(ECACEN)**

**DICIEMBRE DE 2016**

**TABLA DE CONTENIDO**

	<b>Pagina</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>4</b>
<b>MODELO DE NEGOCIO CANVAS.....</b>	<b>5</b>
<b>LINK DE PITCH.....</b>	<b>6</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>7</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>8</b>

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo colaborativo tiene como objetivo, la presentación del proyecto de emprendimiento social que se viene trabajando a través del modelo de negocio CANVAS, desde un punto de vista integrado que permite a los participantes del curso implementar sistemáticamente 9 aspectos fundamentales que generan valor e innovación estratégica al proyecto emprendedor.

El diseño del modelo de negocio que se presenta como etapa final del proceso formativo, aporta un componente esencial que es clave para lograr el éxito de la propuesta, mediante la aplicación de la herramienta estratégica CANVAS, que permite la definición de clientes potenciales, el diferencial que posee el negocio o propuesta de valor, los canales de distribución más idóneos, el tipo de relación que se quiere establecer con los diferentes clientes pensando como alcanzar cada grupo en particular, de igual forma se identifican las principales formas de generar ingresos, los recursos claves o estratégicos para crear y mantener el modelo de negocio, las actividades claves esenciales que se deben realizar para llevar de forma fluida la propuesta de valor al mercado objetivo, la identificación de socios estratégicos para llevar adelante el modelo de negocio y tener éxito en el mercado, y por último la estructura de costos que tendrá el negocio para hacerlo funcionar y que permita optimizar un modelo de negocio más eficiente.

Por otra parte se presenta la propuesta de pitch, que busca realizar una presentación del proyecto de emprendimiento social de forma verbal y visual para atraer a posibles inversores para que consideren la opción de invertir en el proyecto empresarial o de hacer negocios con la empresa, con la presentación se pretende brindar información básica y breve de lo que se trata de solucionar junto a la idea principal, también en el presente pitch se presenta el valor que va a aportar el producto y el por qué la gente debería comprar el producto de la empresa y no el de la competencia, destacando el problema existente y cómo va ayudar el producto a solucionarlo.

El trabajo final que se presenta, pretende dar una solución innovadora a la problemática de una comunidad y busca el desarrollo social de una forma ambiciosa para superar el déficit de vivienda del departamento del Tolima, de una manera sustentable e innovadora.

## **OBJETIVO GENERAL**

Formular por medio del modelo de negocio CANVAS el proyecto de emprendimiento social propuesto a lo largo del curso, para identificar de forma contundente los aspectos claves del proyecto y definir la estrategia empresarial de una forma dinámica que permita plasmarla la idea en un solo plano de forma versátil y creativa, con el objetivo de realizar una presentación y establecer un vínculo emocional a través de un pitch de forma verbal y visual para captar inversionistas y socios claves.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Simplificar en 9 pasos la generación de un modelo de negocio sustentado en la propuesta de valor para los clientes.
- Encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente.
- Aplicar de forma sistemática los conocimientos adquiridos en el curso de profundización mediante la metodología CANVAS.
- Presentar una idea de negocio de forma verbal y visual para lograr convencer a inversores, clientes o socios claves.
- Desarrollar la capacidad de ser conciso a la hora de explicar cuál es la propuesta de un proyecto empresarial, y él porque es convierten la idea o una buena oportunidad de negocio.
- Generar competencias analíticas y argumentativas con la finalidad que sean aplicadas al contexto laboral.

## MODELO DE NEGOCIO CANVAS

<p><b>Socios claves</b></p> <p>Para que el modelo de negocio funcione, se requiere de alianzas estratégicas con; proveedores de sementó, fabricantes de cal, productores de arena de sílice, fabricantes de bese de aluminio y fabricantes de estructuras en hierro.</p> <p>Con el fin de asegurar y optimizar los recursos esenciales para adquirir las materias primas para que el modelo de negocio sea sostenible.</p>	<p><b>Actividades claves</b></p> <p>La actividad comercial comprenderá la producción de piezas en material de hormigón celular, para fabricar casas unifamiliares autoconstruibles, según las necesidades del cliente a un precio asequible y con lo último en tecnología.</p> <p><b>Recursos clave</b></p> <p><b>Recursos humanos;</b> se requieren 4 operarios para la fabricación de las piezas, 2 agentes de ventas, 2 personas para la distribución e instalación de las piezas.</p> <p><b>Infraestructura;</b> Maquinaria, planta de producción, camión y local.</p> <p><b>Capital;</b> el aporte del capital será del 50% de socios y el otro 50% a través de préstamo.</p> <p><b>Tecnología;</b> página web, dominio, hosting y wi-fi.</p>	<p><b>Propuesta de valor</b></p> <p>-Dar solución al déficit de vivienda del departamento y del país de forma sustentable.</p> <p>Brindar vivienda competitiva, a través de procesos innovadores.</p> <p>-Otorga bienestar y desarrollo a precios bajos.</p> <p>-Transmitir Seguridad y confianza en cada proceso de pre y post venta.</p> <p>-Contribuir al desarrollo del país, generando empleo y mejores niveles de vida.</p>	<p><b>Relación con los clientes</b></p> <p>-La conexión con los clientes será de una forma efectiva y satisfaciendo cada una de sus necesidades para cultivar relaciones fieles a largo plazo.</p> <p>-Demostrando gratitud y</p> <p><b>Canales</b></p> <p><b>Comunicación;</b> se realizara a través de página web, redes sociales y anuncios publicitarios.</p> <p><b>Distribución y canales de venta;</b> se llevaran a cabo de forma directa por tiendas propias y con representantes de fábrica.</p>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <p><b>Segmento uno:</b></p> <p>-Personas que compongan un núcleo familiar con edades entre los 20 a 40 años.</p> <p>-De estratos 3 y 4 que no tengan vivienda propia y que vivan en el departamento del Tolima.</p> <p><b>Segmento dos:</b></p> <p>-Organizaciones gubernamentales que generen proyectos de viviendas sociales.</p>
--	--	---	---	--

## Estructura de costos

El conjunto de erogaciones o costos y gastos para que todos los engranajes de la empresa funcionen son los siguientes:

**Costos;** 01-Alquiler de planta de producción = 5.000.000. 02- Pago de honorarios a operarios y demás recursos humanos requeridos = 5.800.000. 03-Agua, luz y combustible = 2.500.000. 04- Materia prima para el primer mes de producción = 80.000.000.

**Total costos = 93.3000.000. Al mes**

**Monto de inversión;** Maquinaria = 20.000.000 - Camión = 50.000.000. Muebles y enseres = 15.000.000. Diseño página web = 1.000.000. Permisos = 8.000.000. Gastos notaria = 3.00.000. Seguros = 5.000.000.

**Total inversión activos fijos y tangibles = 102.000.000.**

**Gastos;** 01-Hosting y wifi = 200,000 - 02- Mantenimiento de maquinaria = 2.000.000 - 03- Comisiones de los agentes de ventas = 4.000.000 - 04- Anuncios publicitarios = 1.500.000. 05-Alquiler de tienda de venta 2.000.000

**Total gastos = 9.700.000. Al mes.**

## Fuente de ingresos

**Ingresos;** La fuente de ingresos se da por venta de piezas prefabricadas, con su sistema de instalación. Asesoría y apoyo en el proceso autoconstruible, que tienen un valor de **40.000.000**. Millones de pesos por cada vivienda terminada.

Ingresos totales proyectados consta de la venta de tres casas por mes, para un total de **120.000.000** millones.

**Forma de pago;** dado el perfil de clientes del primer segmento, los pagos se realizarán a través de un pago inicial del 5% del valor total de la casa y pagos recurrentes o cuotas mensuales con una proyección a 120 meses de **316. 666** pesos, en efectivo, tarjeta de crédito, débito etc.

Para el segundo segmento, serializara mediante acuerdo escrito con un plazo máximo de dos meses y mediante consignación bancaria, que será el 50% del costo total que tendrían un valor de **30.000.000** por casa terminada cuando sean más de 20 casas, y el otro 50% al culminar el proyecto de vivienda.

**LINK DE PITCH**

El presente pitch o presentación del proyecto social contempla una técnica novedosa para buscar posibles inversores para el proyecto, este soporte audiovisual, se realiza de la forma más atractiva posible para captar la atención y lograr convencer a inversores, clientes o socios claves de una forma única e incomparable.

**VIDEO DE LA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO  
SOCIAL**

[https://youtu.be/x\\_N9lpBnPNM](https://youtu.be/x_N9lpBnPNM)

## **CONCLUSIONES**

Con el desarrollo de la presente actividad se nos permitió plasmar de una manera didáctica por medio de un Lienzo Canvas la idea de negocio que hemos venido desarrollando a lo largo del curso que es darle solución al déficit de vivienda en el Municipio de San Sebastián de Mariquita, con la elaboración de esta herramienta (Canvas), proyectamos nuestro modelo de negocio de una manera más simple, objetiva, y sustentable en base a la propuesta de valor planteada. Esta herramienta nos permitió identificar los puntos claves que queríamos abordar como por ejemplo socios, clientes, costos, canales, entre otros.

La elaboración de este tipo de actividades encaminadas a la proyección de desarrollo de ideas de negocio convertidas en proyectos permite crear habilidades y destrezas en los estudiantes acercándolos a una posible situación que podría presentársele cuando este se encuentre organizando y llevando a cabo sus proyectos propios.

Se puede concluir que existen varias herramientas y maneras de llegar al cliente, dentro de las cuales encontramos el Pitch, un método apropiado para dirigirse a posibles inversores y clientes potenciales, una manera de abordar muy práctica ya que tiene que ser rápida pero muy concreta, en un tiempo muy corto se debe dejar en claro la información relevante, este método es muy apropiado ya que vivimos en un mundo en el cual no contamos con el tiempo suficiente para escuchar información extensa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Merino, A., Ballesteros, C. Bilbao, P. Carrero, I. Contreras, D. Diaz, E. Labajo, V. (2014). Sobre el emprendimiento social. En Guía para el emprendedor social España: Universidad Pontificia. (P 7-17). Recuperado de <http://upoemprende.upo.es/media/upload/2013/05/31/Gu%C3%ADa%20del%20emprededor%20social.pdf>
- HOJA DE RUTA PARA EMPRENDEDORES. Recuperado de; [http://otri.us.es/otri/images/noticias/Archivos/01\\_Cuaderno para el diseno de un modelo de negocio.pdf](http://otri.us.es/otri/images/noticias/Archivos/01_Cuaderno_para_el_diseno_de_un_modelo_de_negocio.pdf)
- Ambrosio, V., & Poveda, J. A. (2000). Plan de marketing paso a paso (P. 1 -21). Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/136178329/Plan-de-Marketing-Paso-a-Paso-Vicente-Ambrosio-Virtual>
- Vargas S. (S.F.) Porque debe implementar estrategias de Inbound marketing si quiere crecer sus ventas. Recuperado de [http://www.formacionventures.com.co/sites/default/files/herramientas/estrategia-de-inbound-marketing\\_0.pdf](http://www.formacionventures.com.co/sites/default/files/herramientas/estrategia-de-inbound-marketing_0.pdf)
- Azti Tecnalia. (2010). MARKETING VERDE. Parque tecnológico de Bizkaia. (P. 5-14). Recuperado de [http://issuu.com/aztitecnalia/docs/dossier de mercado mkt verde/1?e=1899668/3180198](http://issuu.com/aztitecnalia/docs/dossier_de_mercado_mkt_verde/1?e=1899668/3180198)
- Tema 9 Neuromarketing y marketing personalizado: Alvarado L. (2013). Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento. Recuperado de [http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana\\_20Alvarado.pdf](http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf)